



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nopi Yanti, (2018) : Pengaruh Pemahaman Materi Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Produk Oleh Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan pembelian produk siswa yang belum menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi marketing Mix, yang mana siswa Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru telah mempelajari materi marketing Mix. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman siswa pada materi marketing Mix terhadap keputusan pembelian produk oleh siswa Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru. Subjek penelitian ini adalah siswa kelas X, sedangkan objeknya adalah pengaruh pemahaman materi marketing mix terhadap keputusan pembelian produk oleh siswa. Populasinya adalah seluruh siswa Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 2 Pekanbaru dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 35 orang siswa kelas X Manajemen Bisnis, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pemahaman materi marketing Mix terhadap keputusan pembelian produk oleh siswa, yang dilihat dari nilai r hitung besar dari r tabel ($0,334 < 0,630 > 0,430$) atau dengan tingkat signifikansi kecil dari 0,05. Adapun kontribusi pengaruh pemahaman terhadap keputusan pembelian produk oleh siswa sebesar 39,7%, kemudian sisanya sebanyak 60,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Pengaruh Pemahaman Marketing Mix, Keputusan Pembelian produk Siswa*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Nopi Yanti, (2018): The Effect of Marketing Mix Material Comprehension toward Students Purchasing Decisions Product at Vocational High School of Muhammadiyah 2 Pekanbaru

This research was motivated by student purchasing decisions product that did not show good comprehension to marketing mix after they learned it. This research aimed at knowing the effect of Marketing Mix material comprehension that covered translating comprehension, interpreting, extrapolating to student purchasing decisions product at Vocational High School of Muhammadiyah 2 Pekanbaru. This research was survey research with quantitative approach influence.

The subjects of this research were X grades. The objects of this research were student comprehension on marketing mix as X free variables and students purchasing decisions product as Y variable. The population of this research was all students of Vocational High School of Muhammadiyah 2 Pekanbaru and 35 students at X class of Managemen Bisnis were the samples taken by using purposive sampling technique. Total sampling technique was used for taking samples. Questionnaire, test and documentation techniques were used for collecting the data. Simple linier regression technique was used for analyzing the data. The research result showed that there was a significant effect of translating comprehension and interpreting marketing mix material toward student purchasing decisions product.

It showed that there is a significant effect of marrketing Mix material comprehension toward students purchaasing decisions product. It can see robserved was higher than rtable ($0.334 < 0.630 > 0.430$) or It showed that small signifacat level 0.05. the dominat contributions students purchasing decisions product was 39.7% and 60.3 was influenced by other variables.

Keywords: *The Effect of Marketing Mix Comprehension, Student Purchasing Decisions product*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

ملخص

نوفي يانتي، (2018) : تأثير فهم مادة المزيج التسويقي على قرار الشراء لدى التلاميذ بالمدرسة الثانوية المهنية المحمدية 2 بكنبارو.

هذا البحث مؤسس على قرار الشراء لدى التلاميذ الذين لم يفهموا جيدا عن المزيج التسويقي حيث أنهم قد تعلموا تلك المادة. وهذا البحث يهدف إلى معرفة تأثير فهم مادة المزيج التسويقي لدى التلاميذ المشتغلين على فهم الترجمة والتفسير والاستقراء نحو التقرير على الشراء لدى التلاميذ بالمدرسة الثانوية المهنية المحمدية 2 بكنبارو.

هذا البحث بحث ملاحظي بالمدخل الكمي على شكل الارتباط. الأفراد في هذا البحث تلاميذ الصف العاشر، وموضوعه فهم التلاميذ عن مادة المزيج التسويقي كالمتغير المستقل (x) و التقرير على الشراء لدى التلاميذ كالمتغير غير المستقل (y). المجتمع في هذا البحث جميع تلاميذ المدرسة الثانوية المهنية المحمدية 2 بكنبارو. وعينة هذا البحث 35 تلميذا من الصف العاشر لتخصص الإدارة التجارية. وأسلوب أخذ العينة في هذا البحث هو أسلوب العينة الهادفة. وأسلوب جمع البيانات هنا يتكون من الاستبانة والتوثيق. وأسلوب تحليل البيانات هو أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

ودلت نتيجة هذا البحث على وجود التأثير الهام بين فهم مادة المزيج التسويقي والتقرير على الشراء لدى التلاميذ نظرا من نتيجة r حساب أكبر من r جدول (0,334 > 0,630 < 0,430) أي أن المستوى الهام أصغر من 0,05. وأما سهم تأثير الفهم على تقرير الشراء لدى التلاميذ بقدر 39,7%، وأما الباقي منه بقدر 60,3% فأثر عليه متغير آخر.

الكلمات الأساسية : تأثير فهم المزيج التسويقي، تقرير الشراء لدى التلاميذ.